
CAPÍTULO 33

“La ética periodística en los 27 países de la Unión Europea”

Barroso Asenjo, Porfirio (Universidad Complutense de Madrid)
pbarroso@ccinf.ucm.es

López Talavera, María del Mar (Universidad Complutense de Madrid)
mmlopezt@ccinf.ucm.es

Resumen.

Esta investigación se propone indagar la situación de la ética periodística en los 27 países que ahora conforman la Unión Europea. Se ha diseñado una metodología consistente en recopilar los códigos de ética periodística de los 27 países de la Unión Europea para, en primer lugar, hacer un análisis de contenido y, después una comparación de todos los conceptos o principios de ética que aparecen en estos códigos. Una limitación de este estudio se encuentra en los idiomas originales de cada una de estas 27 naciones, problema resuelto reduciéndolos todos al común denominador de la lengua inglesa.

Palabras clave: ética periodística, códigos de ética, Unión Europea.

Abstract: This research pretends to inquire the situation of the journalistic ethics in the 27 countries that now confine the European Union. A methodology has been designed that consist in compiling codes of journalistic ethics in the 27 countries of the European Union, firstly, for doing a content analysis, and then a comparison with all the concepts or journalistic principles that appear in these codes. One restriction of this study lies in the original languages from each one of these 27 nations, a problem resolved by confining them to the common denominator of the English language.

Keywords: journalistic ethics, codes of ethics, European Union.

1. Definición de código

Algunas de las definiciones más comunes de código: Interpretación de los principios generales de una profesión y de las actitudes a observar en las actividades profesionales. Ordenación sistemática de principios, normas y reglas establecidos por un grupo profesional, para orientar su propia vida, con el fin de regular y dirigir la conducta de sus miembros y sus relaciones mutuas.^{xiii} Los códigos de ética o principios deontológicos se consideran un requisito esencial en la configuración de una profesión. Manifiestan la toma de conciencia de una profesión y el comportamiento debido para que se considere una práctica como práctica profesional.

Un código deontológico de los medios de comunicación social es un conjunto sistematizado de principios éticos emanados y aceptados por todos los medios de comunicación social en general y por los profesionales de estos medios en particular.

Unas veces son códigos promovidos y creados por las empresas de la información, otras son por el Estado o asociaciones oficiales de la prensa, y otras, lo más correcto, por los mismos profesionales de la información y la comunicación quienes de forma autónoma se dictan sus propias normas de ética profesional a las que voluntariamente se someten.

En cuanto a los códigos deontológicos de la profesión periodística, los podemos definir como un conjunto de principios y normas de conducta profesional de los periodistas referentes a sus derechos, deberes y responsabilidades éticas. Generalmente los códigos se definen y controlan por los mismos periodistas y las asociaciones de la prensa. Los códigos significan hoy la toma de conciencia clara de una responsabilidad colectiva y compartida en el mundo de la comunicación.

De incontables podríamos calificar los códigos publicados en las tres últimas décadas del siglo XX y que el profesor Barroso recopila muy acertadamente en otra obra.^{xiii} Los nombres más comunes con que aparecen, en general, son estos: "Códigos éticos, Códigos de Prácticas, Códigos de Conducta, Códigos deontológicos, Códigos de honor, Principios o normas de conducta profesional". Hoy están tan extendidos que puede decirse que no existe organización profesional de periodistas que no tenga su propio código deontológico. También los grandes periódicos de tirada nacional cuentan ya con su propio código cuyo texto lo suelen incluir en sus respectivos libros de estilo.

2. Concepto de deontología.

La palabra castellana deontología arranca de la lengua griega. En concreto de $\delta\epsilon\omicron\nu$ = participio neutro del verbo impersonal $\delta\epsilon\iota$, que significa: "lo obligatorio, lo justo, lo adecuado, lo conveniente, *el deber*". El otro vocablo griego es $\lambda\omicron\gamma\omicron\varsigma$ que significa: tratado, investigación, estudio, *ciencia*. La deontología concretiza hoy la generalidad de la perspectiva ética refiriéndola a los deberes, reglas y normas de una profesión.

Son varias las definiciones clásicas de deontología. En sentido amplio, es la ciencia que está constituida por todas las normas deontológicas objetivas para una colectividad profesional. En sentido estricto, Deontología es tan sólo el conjunto de normas de menor grado de positivación y que no están respaldadas por una sanción estatal. Por último, es la ciencia o el estudio que trata de los deberes que hay que cumplir, es decir, las reglas profesionales.

3. Significado de los códigos deontológicos y su obligatoriedad

Los códigos de los periodistas definen la "cultura ética" de la profesión. A medio camino entre la legislación pública y la subjetividad individual, no son tan subjetivos y relativos como los valores y creencias personales privadas ni tan rígidas como las leyes positivas. Constituyen la "ética práctica". Son los principios y normas en que cristaliza una particular manera de percibir el bien y lo bueno a fin de cumplir los objetivos y funciones que la profesión del informador demanda.

Constituyen un código de señales, un mapa de orientación cuyos postes de señalización indican las encrucijadas, las curvas de peligro y los baches de riesgo que tienen que ver con las decisiones éticas en el ejercicio de la profesión. Ayudan a definir los

grandes problemas y alertar de las responsabilidades en el ejercicio correcto y digno de la actividad profesional.

Son códigos de honor. No pueden imponerse por legislación. Constituyen el conjunto de principios de comportamiento ético que colectivamente acepta un grupo de profesionales. Constituyen el "mecanismo de autocontrol" que una profesión se impone para garantizar el cumplimiento práctico de sus derechos y de sus actividades.

Aproximadamente una quinta parte de los códigos deontológicos mencionan expresamente alguna forma de obligatoriedad de sus normas para el comportamiento profesional, y el resto invitan a asumir voluntariamente los principios del código y orientar su actividad profesional según las normas establecidas.

Es obvio que como normas éticas no pueden tener la fuerza coercitiva y sancionadora que tienen las legislaciones positivas pero tampoco pueden considerarse como simples criterios subjetivos. Constituyen un "credo" o un código de honor construido y asumido por un colectivo profesional y como tal reflejan la "cultura ética" de la profesión y piden la adhesión, desde la propia responsabilidad y conciencia personal, a la responsabilidad profesional colectiva.

4. Estudio comparativo de los códigos de ética periodística de los 27 países de la Unión Europea.

A la hora de emitir un informe actual de cómo está la situación de la teoría y práctica de la ética periodística en la Unión Europea, nos pareció oportuno hacer un estudio de campo de la única fuente primaria de toda Deontología Periodística, cuales son los códigos éticos de los países que forman a día de hoy la Unión Europea. Se trata de hacer un análisis de contenido de todos ellos y, paralelamente, un estudio comparativo. Analizamos a continuación país por país.

1. **ALEMANIA.** Lo más destacable es la importancia que el código da a los temas de la verdad, objetividad, exactitud, precisión y la libertad y la responsabilidad de la prensa. Así como al secreto profesional del periodista y no revelación de las fuentes de información y no someterse a ninguna clase de soborno o influencia externa. También considera la primacía del servicio al bien común general rompiendo una lanza a favor de la igualdad de tratamiento a todo el mundo y la no discriminación por ningún motivo. Resalta igualmente la ética en la fotografía de prensa y no dejarse influir por el sensacionalismo periodístico. Este código es uno de los más largos de la Unión Europea.
2. **AUSTRIA.** Los principios de deontología fueron adoptados en 1983 por el Consejo de Prensa, y actualizados en enero de 1999. La obligación del periodista de servir a la verdad, de la forma más objetiva y exacta posible, es la frecuencia más repetida en este código. Hasta siete veces. Le sigue con seis veces el servicio al bien común, como opuesto a los conflictos de interés y a los intereses privados de los periodistas. Posteriormente, adquieren importancia los conceptos del respeto a la intimidad y vida privada de las personas así como a la propia imagen. También aparece la prudencia y la ética que hay que observar en la fotografía de prensa. Por último, el código resalta la integridad que debe tener

el periodista y no dejarse sobornar, ni para publicar noticias ni para silenciarlas u ocultarlas.

3. **BELGICA.** Hay que destacar en este código la libertad de prensa. A esto dedica el código cinco párrafos, seguido de tres que pertenecen a la obligación del periodista de decir la verdad, ser objetivo, exacto y preciso en sus informaciones y dos párrafos dedicados al periodista como observador de la justicia y promotor de los derechos humanos.
4. **BULGARIA.** Su último código vigente es del 6 de marzo de 1994. Este es uno de los códigos más cortos de los países de la Unión Europea y es uno de los mejores. A pesar de su brevedad encontramos todos los principios deontológicos clásicos de todo buen código de ética periodística, como son: la verdad; el secreto profesional; la dignidad, honestidad y honradez; la corrección de errores y el derecho de réplica; la libertad y la responsabilidad de la prensa; primacía del servicio al bien común; la no discriminación por ningún motivo; el periodista no debe hacer publicidad ni propaganda y utilización de justos y honestos medios para adquirir la información.
5. **CHIPRE.** El código de Chipre resalta la primacía del servicio al bien común o bien público y la corrección de errores y el derecho de replica, que repiten en más de un lugar del código.
6. **DINAMARCA.** El caso de Dinamarca y Eslovaquia son las dos únicas excepciones de todos los códigos de los países de la Unión Europea que obligan, no sólo como norma, sino también como ley positiva, pues fueron aprobados por sus respectivos parlamentos. Así, el Código Nacional de Conducta para los periodistas daneses tiene rango de ley. La prensa reconoce que el ciudadano merece respeto a su integridad personal y a su vida privada. De ahí la necesidad de protección contra violaciones injustificadas. Además, un periodista no debe aceptar tareas contrarias a sus convicciones personales. Es de destacar que uno de los principios que se repite con más frecuencia es cómo debe el periodista danés informar sobre los crímenes y los suicidios y que todo el mundo es inocente mientras no se demuestre su culpabilidad por un tribunal competente. Hasta cuatro veces recoge este concepto el código danés.
7. **ESLOVAQUIA.** El Código de Ética del Sindicato de Periodistas Eslovacos fue aprobado por su Parlamento en octubre de 1990. Los periodistas están encargados de transmitir la verdad de la forma más objetiva, exacta y precisa. Por eso, el principio de que el periodista debe servir a la verdad aparece en este código en más de una ocasión, a la vez que no a la calumnia, las acusaciones sin fundamento y las difamaciones. También, la libertad y la responsabilidad de la prensa, la primacía del servicio al bien público, la comprobación de las fuentes de información y la obligación del periodista de no hacer publicidad ni propaganda mientras trabaje como redactor en un medio de comunicación de titularidad pública.
8. **ESLOVENIA.** Su código data del 10 de octubre del 2002. La obligación fundamental de los periodistas eslovenos es proporcionar al público una

verdadera información. Omitir hechos cruciales y conocidos, ocultar y distorsionar información o falsificar documentos es contrario al espíritu del presente Código. La norma de todo periodista esloveno es ser lo más fiel posible a la verdad, objetividad, exactitud y precisión en virtud del derecho que el pueblo esloveno tiene a conocer dicha verdad. Este principio deontológico es el segundo en orden de frecuencia, precedido únicamente por la primacía del servicio al bien público o bien común que hemos contabilizado al menos hasta cinco veces en el texto de este código.

9. **ESTONIA.** Pensamos que a pesar de ser bastante largo y moderno, sin embargo, no es buen código. Su estructura es diferente a los demás, consta de grandes apartados como: principios generales, independencia, fuentes, línea editorial, el derecho de réplica y rectificación y publicidad. Pero además repite muchísimo los mismos principios: le dedica seis frecuencias al servicio al bien público; hasta en cuatro ocasiones se ocupa de la verdad, objetividad y exactitud, la libertad de prensa y su responsabilidad, o que el periodista de Estonia no debe hacer ni publicidad ni propaganda; tres veces repite la misma idea del secreto profesional del periodista, o la corrección de errores y el derecho de rectificación y réplica, o que ni los nombres ni las fotografías de los niños y jóvenes deben aparecer en la prensa para proteger a la juventud y a la infancia. Concluimos que los autores de este código no han tenido en cuenta las reglas de cómo se debe formular un buen código de deontología periodística, que debería dedicar un solo artículo a cada uno de los principios.

10. **FINLANDIA.** El código finlandés, de noviembre de 1991, consta de 29 artículos. En la introducción se afirma que una buena práctica periodística reside en el derecho del ciudadano a una correcta y esencial información. La ética profesional de un periodista implica el respeto de los derechos humanos, la democracia, la paz y el entendimiento internacional. Un periodista debe reconocer su responsabilidad con el entorno. Otros títulos de los restantes capítulos son estos: status profesional, información correcta, la adquisición de la información, corrección de errores y derecho de réplica y finalmente protección de los individuos.

11. **FRANCIA.** Código adoptado por el Sindicato Nacional de Periodistas Franceses en 1918, y reformado en 1938. Este código es uno de los más antiguos de la Unión Europea. Consta de 15 artículos que resumen toda la deontología periodística francesa de esta manera: Un periodista debe asumir la responsabilidad de todos sus escritos, incluso los anónimos. Considera la calumnia, la difamación y las acusaciones sin pruebas, la alteración de los documentos, la deformación de los hechos y la mentira, como las más grandes faltas profesionales. Sólo aceptar las misiones compatibles con su dignidad profesional. No cometer ningún plagio. En conjunto, a pesar de su antigüedad es un buen código, ya que solo repite los mismos principios en cinco ocasiones

insistiendo en los conceptos de: respeto al honor, la dignidad, la honradez, la honestidad, la fama de las personas, la defensa del periodista de la libertad de prensa, e insiste sobre la importancia de la solidaridad profesional y el espíritu de cuerpo entre los periodistas.

12. **GRECIA.** El código actual lleva por nombre “Principios de Ética de los Medios de Comunicación Social” y fue aprobado el 31 de octubre de 1988. Para los periodistas griegos el ejercicio del periodismo profesional es una verdadera vocación o misión. La presentación de la verdad es el principal estímulo de los periodistas griegos. Siempre y en todas partes, los periodistas griegos son garantes de la libertad de expresión. Las convicciones religiosas, nacionalidades y razas, así como la vida familiar y privada de las personas, son sagradas e intocables. Mientras ejerzan la profesión, los periodistas deberán rechazar cualquier presión tendente a suprimir contenidos periodísticos o a distorsionar la verdad. Los periodistas deben tener un acceso libre y sin trabas a las fuentes de información. La observancia del secreto profesional -y la confidencialidad de las fuentes de información- es considerada como el principal deber y derecho de los periodistas. La misión del periodismo no debe ser utilizada para fines personales. Los periodistas no aceptan ninguna ventaja, remuneración o promesa de pago ofrecida por la limitación de independencia de sus opiniones durante el ejercicio de su trabajo profesional. Según nuestro criterio evaluativo, este código es un buen ejemplo de que no se deben repetir los conceptos innecesariamente. Solo refuerza tres principios repitiéndolos en dos ocasiones. Recalca la importancia de que el periodista griego sirva a la verdad, respete la primacía del bien público antes que su bien o beneficio personal y finalmente, los periodistas griegos acatan el respeto a las instituciones sociales como: la Iglesia Griega, el Estado, el Parlamento, la Constitución y las leyes.

13. **HUNGRÍA.** Aprobado en 1994. Capítulos a destacar son: la libertad y responsabilidad de los periodistas húngaros. La violación de la libertad de debate y crítica. Los abusos de la libertad periodística. Otros casos de ofensa ética. Decisiones del Comité de Ética. A nuestro juicio no se trata de un buen código representativo, pues hay conceptos muy repetidos hasta la saciedad como es el caso de la obligación del periodista de decir la verdad, ser lo más objetivo e imparcial posible que tiene una frecuencia de seis veces repetidas en distintos artículos. También da una gran importancia a la obligatoriedad del periodista de defender la libertad de expresión que es repetida hasta en cuatro veces en distintos lugares del Código.

14. **IRLANDA.** El Código de Conducta de Irlanda se aprobó en junio de 1994. Consta de un do- decálogo que resumimos a continuación. Un periodista siempre deberá defender el principio de la libertad de prensa al recolectar y difundir información y al expresar comentarios y críticas. Deberá asegurarse de que la

información que disemina es justa y exacta. Un periodista deberá rectificar rápidamente cualquier inexactitud dañina, y permitir el derecho de réplica a las personas criticadas. Un periodista deberá obtener información, fotografías e ilustraciones solamente por medios honestos. Los periodistas están autorizados para ejercer la objeción personal de conciencia. Un periodista deberá evitar intrusiones en la aflicción privada y el dolor humano. Un periodista deberá proteger las fuentes confidenciales de información. Un periodista no deberá aceptar sobornos ni permitir la influencia de terceros en el ejercicio de sus deberes profesionales. Un periodista no deberá tomar ventajas personales de la información obtenida. Un periodista no deberá anunciar cualquier producto comercial. A nuestro juicio, este es un buen código pues solo es reiterativo en tres temas que son muy importantes dentro de la ética periodística como son la defensa que debe hacer el periodista a favor de la verdad, la objetividad y exactitud posibles en la información, el servicio al bien público y común antes que a sus intereses personales y que el periodista no se debe dedicar a hacer publicidad ni propaganda mientras ejerza como tal.

15. **ITALIA.** Código adoptado el 8 de julio de 1993, lleva por título: Carta de los deberes de los periodistas. En la introducción se afirma que: el trabajo del periodista italiano se inspira en los principios de la libertad de información y de opinión; es obligación insoslayable el respeto a la verdad de los hechos; deben ser rectificadas las noticias que resulten inexactas; periodistas y editores deben respetar el secreto profesional sobre la fuente de las noticias; y promover el espíritu de colaboración entre colegas. A continuación, los periodistas italianos suscriben un pliego de obligaciones, que al ser muchas resumimos mencionando solo los grandes titulares de los diversos capítulos. Comienza con un apartado dedicado a los principios generales de ética periodística. Continúa con otro capítulo dedicado a las responsabilidades que atañen a los periodistas italianos. Habla de la obligación de la rectificación y réplica, de la presunción de inocencia, de las fuentes de información y de la relación entre informaciones y publicidad. Pensamos que al ser tan largo es demasiado reiterativo. Por tanto, si nos atenemos a las normas de una buena estructura es un mal código.

16. **LETONIA.** Código adoptado el 28 de abril de 1992. Consta de seis capítulos cuyos titulares son: El papel de los medios de comunicación social en la sociedad, integridad y responsabilidad, responsabilidad editorial, relaciones con las fuentes, reglas de publicación y periodistas y sociedad. Cada uno de estos apartados se subdivide en artículos que concretan y amplían el contenido del titular. Consideramos que es un buen código, pues solo resalta repitiendo cuatro veces el concepto de verdad, objetividad, exactitud, precisión y no manipulación de la información. Tres artículos dedica a la defensa de la libertad de expresión.

-
17. **LITUANIA.** Aprobado el día 25 de marzo de 1996. Consta de 63 artículos que se corresponden con los capítulos dedicados a la verdad, la honestidad, la independencia del periodismo y su responsabilidad, la protección del honor personal, de la dignidad y de la intimidad y vida privada, las relaciones que deben guardar los periodistas entre sí, así como la solidaridad profesional entre los mismos. Al ser un código muy extenso es muy reiterativo en los mismos principios éticos que son: la verdad y la objetividad, repetidas hasta llegar a sumar nueve veces; le siguen la obligatoriedad de comprobar la veracidad de las fuentes de información; el que ni los nombres ni las fotografías de los jóvenes delincuentes aparezcan en la prensa. Otros temas repetidos varias veces son la integridad del periodista y no dejarse sobornar; la corrección de errores y el derecho de réplica, así como la correcta información sobre crímenes y suicidios, y otros temas de menor importancia que son muy repetidos en este mal código.
18. **LUXENBURGO.** Fue aprobado el 4 de diciembre de 1995. El primer concepto es el derecho a la información y a la libertad de expresión. El periodista debe acatar el secreto profesional que implica el derecho a no revelar sus fuentes de información. Debe separar la relación de hechos y los comentarios en forma apropiada. La prohibición del plagio, la ofensa, la injuria, la difamación, la calumnia y la discriminación racial, étnica, religiosa e ideológica. El respeto a los derechos de autor. Este es un buen código pues solo repite los conceptos de la libertad de expresión y que el periodista luxemburgués debe aceptar la responsabilidad de sus escritos.
19. **MALTA.** Es uno de los más recientes al ser aprobado en el año 2002. Consta de 12 artículos recogidos bajo los siguientes titulares: autorregulación, conductas anti éticas, reportajes sobre crímenes, suicidios y procesos penales, objeción de conciencia, protección de la juventud y de la infancia y las sanciones a quienes no cumplan con este código. No resulta ser un buen código al repetir algunos conceptos varias veces.
20. **PAISES BAJOS.** Resumimos los nueve artículos de que consta: El primer deber de los periodistas es el respeto a la verdad. Los periodistas defenderán los principios de libertad informativa, así como el derecho a expresar comentarios razonables y críticos. Los periodistas no deberán suprimir información esencial o falsificar documentos. Los periodistas usarán solamente métodos justos para obtener información noticiosa, fotografías y documentos. Deberán corregir cualquier información publicada que pueda ser dañina e inexacta. Los periodistas deberán acatar el secreto profesional. No deberán hacer discriminación de personas por ningún motivo. Deberán considerar como una grave ofensa profesional, lo siguiente: El plagio, la tergiversación maliciosa, la calumnia, la injuria, el libelo y las acusaciones infundadas. Este es un excelente código de ética profesional, pues solo es reiterativo en un principio que merece

la pena repetirlo: el servicio a la verdad, objetividad, exactitud y precisión. Este es el primer principio deontológico de todo periodista, por eso, merece la pena que se le mencione hasta tres veces en este Código.

21. **POLONIA.** Fue adoptado el 29 de marzo de 1995. Consta de 15 principios éticos: La obligación básica de un periodista es ir tras la verdad y publicarla. La manipulación de los hechos es ilícita. Cualquier comentario personal o hipótesis debe ser claramente separada de la información. Un autor está obligado a rectificar voluntariamente la información que se revele falsa o inadecuada. El periodista está obligado a guardar el secreto profesional. No debe ser violada la protección de la vida privada de las personas. Es inadmisibles: usar palabras injuriosas que lesionen la dignidad humana, suponer la culpabilidad de un acusado antes de ser sentenciado por la Corte. Al periodista no le está permitido aceptar cualquier beneficio para él o para su familia por publicar u ocultar materiales periodísticos. La protección de los derechos de autor es una norma ética esencial. La deslealtad profesional está prohibida. Este es uno de los mejores códigos de toda la Unión Europea. No se repiten los principios éticos.

22. **PORTUGAL.** Aprobado por el Sindicato de Periodistas el 4 de mayo de 1993. Es un decálogo de principios deontológicos que son, entre otros: El periodista debe revelar los hechos con rigor y exactitud e interpretarlos con honestidad. La distinción entre noticia y opinión debe quedar clara a los ojos del público. Los periodistas deben combatir la censura y el sensacionalismo, y considerar la acusación sin pruebas y el plagio como graves faltas profesionales. El periodista debe luchar contra las tentativas de limitar la libertad de expresión y el derecho de informar. El periodista debe utilizar medios legales para obtener información, imágenes y documentos. Otros procedimientos para conseguir información sólo se pueden utilizar por razones de incuestionable interés público. El periodista debe asumir las responsabilidades por todos sus trabajos. El periodista debe también rechazar actos que violenten su conciencia. El periodista debe identificar a sus fuentes. El periodista debe salvaguardar la presunción de inocencia de los inculcados. El periodista debe respetar la vida privada de los ciudadanos, excepto cuando fuere a causa de interés público. El periodista debe rechazar funciones, tareas y beneficios susceptibles de comprometer su independencia e integridad profesionales. Buen código que sólo es reiterativo en defensa del bien público o común, como primacía a los intereses personales. Lo que es una buena norma de comportamiento ético.

23. **REINO UNIDO.** Código elaborado por las empresas periodísticas de Gran Bretaña en 1994. La última revisión del código fue el 28 de abril de 2004. Lo resumimos en titulares: verdad, objetividad, exactitud, oportunidad de réplica, intimidad y vida privada, acoso y hostigamiento, intromisión en el dolor y tristeza, dos capítulos dedicados a los niños, reportajes sobre crímenes, víctimas

de asaltos sexuales y fuentes confidenciales, entre otros principios. No es un buen código porque repite mucho los principios de ética periodística más sobresalientes.

24. **REPUBLICA CHECA.** El Código de Prácticas de la Prensa fue aprobado el 5 de septiembre del año 2000. En cuanto a los contenidos, por capítulos, son estos: La libertad de prensa. Verdad, exactitud y precisión en la información. Protección de la intimidad y vida privada de las personas y de los datos de carácter personal o íntimo. Conservar la presunción de inocencia. Servicio al interés del público en general y no a los intereses privados de los periodistas. Por último, la protección de los niños. A pesar de que sea uno de los códigos más recientes de la Unión Europea, sin embargo no es buen código, pues conceptos como la verdad, los repite hasta seis veces. También reitera en varias ocasiones otros conceptos importantes, cosa que no se debe hacer en un buen modelo de código.
25. **RUMANIA.** El Código de Ética de Prensa fue establecido en julio de 2004. Después de un preámbulo, continúan los temas siguientes: El respeto a los derechos humanos. La protección de las fuentes. Cómo se debe conseguir la información. Independencia o cláusula de conciencia. Corrección de errores y derecho de réplica. Finalmente se mencionan algunos de los derechos del periodista. Resulta un código bastante reiterativo pues conceptos como la libertad de expresión, la libertad de prensa y el servicio al bien común son repetidos hasta en cinco artículos. La verdad, objetividad y la exactitud en la información se repite por lo menos en cuatro ocasiones. La obligación del periodista de respetar las instituciones sociales se encuentra al menos en tres artículos. A pesar de ser uno de los códigos más recientes, sin embargo, deja muchas deficiencias lógicas y estructurales por lo cual no nos parece un buen código.
26. **SUECIA.** La última revisión de este código es la que está en vigor y data de septiembre de 1995. En su contenido encontramos los siguientes capítulos: Difusión de noticias exactas. Respete la intimidad y la vida privada de los individuos. Respete la integridad personal. Sea cuidadoso en el uso de fotografías. En cuanto a su estructura, el principio deontológico que más importancia tiene es que el periodista debe ser íntegro en su ejercicio profesional y no se debe dejar sobornar. Este concepto está presente en una media docena de artículos de este código, lo que nos parece excesivo. Le siguen en importancia cuantitativa los principios éticos de servir en primer lugar al bien público antes que a los intereses personales. También se ocupa, en al menos cinco artículos, de la ética de la fotografía de prensa y el no a la pornografía. Mucha importancia cuantitativa se da al tema de la verdad, la objetividad, la exactitud y la precisión en la información. Al menos se menciona en cuatro artículos diferentes, lo que nos parece reiterativo. Aparecen en al menos tres ocasiones los conceptos de: corrección de errores y derecho de réplica, la obligación de respetar la intimidad

y vida privada de las personas, y el hecho de que el periodista sueco no debe hacer ni publicidad ni propaganda mientras ejerza su profesión. En general los países nórdicos, se detienen mucho en sus respectivos códigos en lo que podríamos denominar como la deontología de los crímenes y de los suicidios, así como en la protección de la juventud y la infancia. Estos conceptos son reiterados al menos tres veces.

27. **ESPAÑA.** Dejamos a nuestro país para este último lugar de los países de la Unión Europea, pues así se nos indicó, al hacernos el encargo de este trabajo. A nivel nacional, la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), promulgó los principios y normas deontológicas de la profesión periodística o mejor conocido como el Código de la FAPE, el 28 de noviembre de 1993. A nivel regional, contamos con la presencia de la Declaración de Principios de la Profesión Periodística, que es como el Código de los Periodistas Catalanes, aprobado el 1 de noviembre de 1992, por el Colegio de Periodistas de Cataluña. Esta Declaración de Principios considera como grave ofensa profesional varios comportamientos ilícitos como son el plagio, la distorsión maliciosa, la calumnia, injuria, libelo, acusaciones infundadas y la aceptación de sobornos. En general, los documentos españoles que hacen referencia a la ética periodística reiteran la necesidad de conseguir la información por métodos lícitos. Algunos se refieren además a que esos métodos deben ser honestos o dignos. Los códigos deontológicos piden siempre que se respete la confidencialidad, aunque algunos matizan que el *off the record* queda sin validez si otra fuente da la misma información sin imponer restricción alguna. Hay que considerar que, según el Código Deontológico de la FAPE, si la información que ha revelado la fuente pone en peligro la vida de las personas o se demuestra que ésta ha falseado su contenido de forma consciente, el periodista está en la obligación de no reservar la confidencialidad de la fuente. Casi todas las regulaciones existentes en España recogen las normas que se aprenden en las facultades de Ciencias de la Información: el respeto a la verdad, la objetividad, la exactitud y la precisión en la información, y la no manipulación, en virtud del derecho que el público tiene a conocer la verdad. Para ello, se debe perseguir la objetividad y la verdad, contrastar los datos con todas las fuentes necesarias, diferenciar entre información y opinión, y enfrentar las versiones diferentes sobre un hecho. En la búsqueda de la objetividad, los periodistas se suelen enfrentar a todo tipo de presiones. Los profesionales españoles consideran que la mayor parte de estas presiones, en nuestro país, provienen de los poderes económicos, seguidas de las de las propias empresas y en menor medida del Gobierno de turno y de los anunciantes. Uno de los autores que mejor ha resumido los principios éticos generales de los códigos deontológicos españoles, ha sido César Coca, profesor de la Universidad del País Vasco, en su artículo: *Códigos Éticos y Deontológicos en el Periodismo Español*, que resumimos en titulares: principios éticos en general, después, desciende al terreno de lo específico y concreto: la intimidad y el honor, los menores y la protección de la juventud y la infancia, los discriminados en el periodismo español, el periodista sospechoso, actividades incompatibles con el ejercicio profesional del periodista español, las obligaciones que tienen las empresas informativas en España, del robo al plagio,

lo que falta en los códigos españoles, el vigilante de la ética del periodismo español y termina con unas conclusiones acertadas sobre cuál es la situación de la ética de los periodistas españoles. En opinión de Cesar Coca los códigos españoles adolecen de lo siguiente. Les falta, en primer lugar, la credibilidad de algo tan importante en una sociedad democrática como es la información. Hay dudas que quedan después de la lectura de los códigos: en cuanto a la aceptación de regalos, los códigos españoles no se refieren a la obtención de prebendas personales difícilmente cuantificables. ¿Es ético pagar por adquirir información? En algunos tipos de publicaciones es práctica habitual, pero ¿debe hacerse? ¿Hay que pagar a un famoso por poder conseguir algunos datos acerca de la boda de sus hijos, o por poder tomar fotos de su boda, o es mejor no hacerlo y no dar esa información? ¿Es legítimo programar las exclusivas para que tengan un mayor impacto en la opinión pública? Todos estos son parte de los interrogantes que se hace Cesar Coca. ¿Basta sólo con la existencia de códigos o es preciso algún tipo de organismo que obligue al cumplimiento de sus normas? Los códigos existentes en España no incluyen en general la previsión de un órgano que vigile su cumplimiento. Pero la simple existencia de códigos es ya un avance sustancial en la profesión periodística.

5. A modo de conclusión.

1. Hemos analizado y hemos estudiado en profundidad los contenidos de todos y cada uno de los códigos deontológicos de los periodistas de los 27 países que componen hoy día la Unión Europea. Para ello, hemos realizado el correspondiente análisis de contenido según un baremo de 54 temas, lecciones o principios éticos, tal y como nos habíamos propuesto llevar a cabo en esta investigación.
2. La originalidad de este estudio radica en que es un encargo que nos ha encomendado la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas de España), ya que no se contaba con nada que se le pudiera parecer, a lo que contribuyó la remodelación de la Unión Europea tal y como está ahora, con esos 27 países estudiados por nosotros. Esto cuenta con un valor añadido al ser la primera vez que se hace un trabajo de investigación sobre la ética periodística en las naciones de la Nueva Europa.
3. Esta investigación y su metodología aplicada pueden servir muy bien para hacer otros estudios con otra muestra diferente de países como pudieran ser, por ejemplo, dentro de Europa, aquellos lugares que aún no pertenecen a este organismo internacional.
4. Concluimos que el Reino Unido con su *Press Complaints Commission* y España con la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE, son los dos países de la Unión Europea que más velan por el cumplimiento de los contenidos doctrinales o semánticos de los códigos deontológicos de la profesión periodística en toda la Unión Europea.
5. Hay tantas dudas sobre la materia que todo parece indicar que los códigos éticos son en realidad un pacto de caballeros. Un compromiso de comportamiento de unos profesionales que responden sólo ante sí mismos y ante su conciencia, porque nada es más fácil y más tentador que burlar muchos de los preceptos que en ellos figuran sin que puedan descubrirlo terceras personas. De ahí, que incluso los periodistas más corruptos se conviertan en público, haciendo alardes de llamativas declaraciones de principios de ética profesional y presumiendo, en algunas ocasiones, de los comportamientos más rigurosamente éticos, para sorpresa de quienes les conocen bien y saben a ciencia cierta que sus actos responden a actitudes muy contrarias a la ética y deontología profesional.